

Parlament České republiky
POSLANECKÁ SNĚMOVNA
2008
5. volební období

309.

USNESENÍ

výboru pro evropské záležitosti
z 41. schůze konané dne 13. listopadu 2008

ke Zprávě Komise Radě, Evropskému parlamentu a Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru – Zpráva o provádění směrnice o reklamě na tabákové výrobky (2003/33/ES) /kód dokumentu 10309/08, KOM(2008) 330 v konečném znění/

Výbor pro evropské záležitosti po vyslechnutí informace náměstka ministra zemědělství Ing. Karla Trůbla, po vyslechnutí zpravodajské zprávy posl. Petra Bratského a po rozpravě

s c h v a l u j e stanovisko, které je přílohou tohoto usnesení.

Josef Šenfeld v. r.
ověřovatel výboru

Petr Bratský v. r.
zpravodaj výboru

Petr Krill v. r.
místopředseda výboru

DOKUMENT 10309/08

Zpráva Komise Radě, Evropskému parlamentu a Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru – Zpráva o provádění směrnice o reklamě na tabákové výrobky (2003/33/ES)

KOM(2008) 330 v konečném znění, kód Rady 10309/08

- **Právní základ:**
Dokument informační povahy.
- **Datum zaslání Radě EU:**
28. 5. 2008
- **Datum zaslání Poslanecké sněmovně prostřednictvím VEZ:**
5. 6. 2008
- **Datum projednání ve VEZ:**
12. 9. 2008 (1. kolo)
- **Procedura:**
Dokument nepodléhá hlasování v Radě.
- **Předběžné stanovisko vlády (dle § 109a odst. 1 jednacího řádu PS):**
Datované dnem 24. září 2008, doručené do výboru pro evropské záležitosti dne 25. září 2008 prostřednictvím systému ISAP.
- **Hodnocení z hlediska principu subsidiarity:**
Zpráva není v rozporu s principem subsidiarity.
- **Odůvodnění a předmět:**

Zpráva o provádění směrnice o reklamě na tabákové výrobky (2003/33/ES)¹(dále jen Zpráva) je dokument, jehož cílem je provést vyhodnocení procesu provádění² směrnice v členských státech. Zpráva vychází zejména z informací od příslušných orgánů, od občanů, nevládních organizací a dále ze zjištění, která provedla neformální skupina zřízená Komisí k tomuto účelu.

¹ směrnice o reklamě na tabákové výrobky upravuje tabákovou reklamu a sponzorství s přeshraničními dopady v jiných médiích než v televizi. Tabáková reklama a sponzorství v televizi jsou zakázány směrnicí o „televizi bez hranic“ (89/552/EHS)

² Lhůta pro provedení směrnice byla stanovena do 31. července 2005 (čl. 10 směrnice o reklamě na tabákové výrobky).

- **Obsah a dopad:**

Lhůta pro provedení směrnice vypršela dne 31. července 2005. Do konce roku 2006 všechny členské státy oznámily své právní předpisy k provedení směrnice do vnitrostátního práva. Komise tedy ve Zprávě konstatuje, že „všechny členské státy směrnici plně provedly do vnitrostátního práva. Komise si není vědoma žádných nedostatků v provedení na legislativní úrovni.“

Zpráva se dále podrobněji věnuje provedení jednotlivých ustanovení směrnice do vnitrostátního práva členských zemí a jejich provádění.

Nejprve se zabývá tabákovou reklamou v tisku a jiných tištěných publikacích. Směrnice ukládá v čl. 3 odst. 1 členským státům povinnost zakázat tabákovou reklamu v tisku a jiných tištěných publikacích³. Komise konstatuje, že z obecného hlediska „je provádění čl. 3 odst. 1 směrnice uspokojivé: Komisi nebyly nahlášeny žádné tradiční reklamy na značky cigaret v tisku a jiných tištěných publikacích ve smyslu čl. 3 odst. 1 směrnice o reklamě na tabákové výrobky.“

Zpráva se dále věnuje provádění ustanovení čl. 3 odst. 2 směrnice o reklamě na tabákové výrobky, který rozšiřuje zákaz reklamy na tabákové výrobky v tištěných médiích také na služby informační společnosti⁴. Ohledně provádění tohoto ustanovení Komise shledává, že „Virtuální prostředí je jednou z nejběžnějších přeshraničních platform pro tabákovou reklamu. Hlavním problémem je skrytá povaha reklamy a potíže při identifikaci a dostižení osob stojících za touto reklamou, zejména pokud jsou usazeny v třetích zemích.“

Čtvrtá část zprávy je věnována provádění ustanovení čl. 5 odst. 1 směrnice o reklamě na tabákové výrobky. V něm je stanovena povinnost členských států zakázat sponzorství související s tabákovými výrobky v případě akcí nebo činností, které se konají v několika členských státech nebo mají přeshraniční účinek jiným způsobem. „Od úplného provedení směrnice do vnitrostátního práva členských států nezaznamenala Komise přímé sponzorství přeshraničních akcí pořádaných v EU související s tabákovými výrobky ani o něm nebyla informována. Problém pro donucovací orgány v členských státech však představují různé formy nepřímého sponzorství.“⁵ Dále Komise konstatuje, „že je třeba najít způsob, jak přesvědčit třetí země, aby přijaly úplný zákaz sponzorství související s tabákovými výrobky.“⁶

³ S výjimkou publikací pro profesionály v oblasti obchodu s tabákem a publikací, které jsou tištěné a vydávané ve třetích zemích, pokud tyto publikace nejsou určeny v první řadě pro trh Společenství. Zákaz se dále na základě rozhodnutí Evropského soudního dvora nevztahuje na bulletiny vyhotovené místními sdruženími, programy kulturních akcí, plakáty, telefonní seznamy a různé letáky a prospekty (věc C-380/03 Německo v. Evropský parlament a Rada, body 84-86).

⁴ Čl. 2 písm. d) směrnice 2003/33/ES vymezuje služby informační společnosti jako „služby ve smyslu čl. 1 odst. 2 směrnice 98/34/ES“, Úř. věst. L 204, 21.7.1998, s. 37, směrnice ve znění směrnice 98/48/ES, Úř. věst. L 217, 5.8.1998, s. 18. Směrnice 98/48/ES vymezuje služby informační společnosti takto: „každá služba poskytovaná zpravidla za úplatu, na dálku, elektronicky a na individuální žádost příjemce služeb“. Toto ustanovení se tedy týká zejména reklamy na tabákové výrobky na internetu.

⁵ Jde zejména o případy propagace tabákových výrobků ve filmech, bezplatné rozdělování tabákových výrobků na festivalech pro mladé lidi, spojování tabákových výrobků se slavnými osobnostmi apod.

⁶ Týká se to zejména mediálních přenosů z různých akcí, které jsou sponzorovány tabákovými společnostmi. Na tyto případy by se od 19. prosince 2009 mohla vztahovat směrnice o audiovizuálních mediálních službách (2007/65/ES), která nyní jednoznačně zakazuje umístění produktu v případě tabákových výrobků. V současnosti nepředstavuje nepřímá televizní reklama pocházející z panelů, které jsou vidět při sportovních přenosech, samostatné televizní oznámení, které má propagovat zboží nebo služby ve smyslu směrnice o „televizi bez hranic“ (89/552/EHS), není tedy „televizní reklamou“ ve smyslu směrnice.

Co se týká sankcí (čl. 7 odst. 1 směrnice o reklamě na tabákové výrobky) a vynucování povinností (čl. 7 odst. 2 směrnice o reklamě na tabákové výrobky), tak Zpráva posuzuje „správní prosazování jako úspěšné. Trestní sankce mají odrazující účinek a soudní řízení jsou nutná pouze v několika málo sporných případech. Vynucování je zajištěno zvláštními vládními organizacemi a poskytnutím přímého přístupu nevládních organizací k soudnímu řízení. Komise neobdržela žádné stížnosti týkající se potíží při přístupu ke spravedlnosti v členských státech, pokud jde o potlačení tabákové reklamy a sponzorství.“

Předpokladem plné efektivity těchto opatření je přeshraniční vynucování, jehož úpravu však směrnice o reklamě na tabákové výrobky neobsahuje „Komise bude vyvíjet snahu o uplatnění mechanismů, které se vztahují na přeshraniční vynucování v nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitelů, také na směrnici o reklamě na tabákové výrobky. Komise vyzývá členské státy k tomu, aby určily styčné úředníky pro vynucování, vyměňovaly si informace, přijaly nezbytná donucovací opatření k ukončení protiprávního jednání a aby neprodleně reagovaly na žádosti ostatních členských států o donucovací opatření.“

Závěrem Komise shledává, že směrnice byla v členských státech řádně provedena a takto provedená ustanovení jsou náležitě uplatňována. Jejím provedením skončila v Evropské unii tradiční reklama na tabákové značky a přímé sponzorství přeshraniční povahy.

- **Předpokládaný harmonogram projednávání v orgánech EU:**

Dokument nepodléhá hlasování v Radě.

- **Závěr:**

Výbor pro evropské záležitosti

b e r e n a v ě d o m í Zprávu o provádění směrnice o reklamě na tabákové výrobky.

Josef Šenfeld v. r.
ověřovatel výboru

Petr Bratský v. r.
zpravodaj výboru

Petr Krill v. r.
místopředseda výboru